



COMUNE DI ZOPPOLA
(PROVINCIA DI PORDENONE)

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

(Approvato con deliberazione del Consiglio comunale 29 maggio 2014, n. 17)

IL SINDACO
f.to dott.ssa Francesca Papais

IL SEGRETARIO COMUNALE
f.to dott. Vincenzo Greco

ART. 1 - FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e più in generale la conclusione di speciali accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e ss.mm.ii., dell'art. 119 del d.lgs. 267/2000, dell'art. 26 del d.lgs. 163/2006 e dell'art. 120 del d.lgs. 42/2004.

2. Le iniziative di sponsorizzazioni nonché gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, con lo scopo di perseguire le finalità di pubblico interesse nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia, trasparenza che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione comunale.

3. I progetti, le proposte e le attività oggetto di sponsorizzazione e accordo di collaborazione devono:

- risultare conformi ai fini istituzionali dell'Ente;
- riguardare le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria;
- perseguire finalità di pubblico interesse;
- tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali;
- osservare criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

ART. 2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione o gli accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività, si occupa di attività non in conflitto con l'interesse pubblico.

2. La stipula del contratto concretizza la realizzazione o acquisizione senza corrispettivo in denaro di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti programmi di spesa ordinari a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione o dell'accordo di collaborazione viene rappresentato dalla realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento, senza oneri per il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

ART. 3 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione: un contratto mediante il quale il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale/marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per sponsorizzazione o accordo di collaborazione: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi, come corrispettivo della pubblicizzazione della propria ragione sociale/marchio aziendale;

- c) per sponsor: il soggetto privato che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
- d) per spazio pubblicitario: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la sua pubblicità;
- e) per “sponsee”: il soggetto sponsorizzato, cioè l’Amministrazione comunale;

ART. 4 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, qualora l’iniziativa per la sponsorizzazione/accordo di collaborazione provenga dall’Amministrazione comunale.

In inversa ipotesi l’Amministrazione comunale può essere destinataria di una proposta di sponsorizzazione/accordo di collaborazione, salvo quanto previsto al successivo articolo 7.

2. All’avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all’albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, o altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L’avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l’oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico “capitolato”;
- b) l’esatta determinazione dell’offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell’offerta di sponsorizzazione.

4. L’offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l’attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l’espressa accettazione delle condizioni previste nel capitolato;

5. L’offerta deve essere accompagnata dalle autocertificazioni attestanti i requisiti di cui all’articolo 38 del d.lgs. 163/2006.

6. L’offerta deve inoltre contenere l’impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile dell’Area che organizza l’iniziativa o l’evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell’Area che organizza l’iniziativa o l’evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l’utilizzazione dello “spazio pubblicitario” espressamente indicato nel capitolato, previo parere positivo del Comando di Polizia Locale in relazione a quanto disposto dal vigente Codice della Strada e dal relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione.

9. È facoltà del Responsabile procedere all’affidamento diretto:

- a) in caso in cui siano state esperite senza esito le procedure di selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso;
- b) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 5.000,00.

ART. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate dalla Giunta comunale:

- a) nell'ambito degli obiettivi del Piano delle Risorse e degli Obiettivi (PRO) assegnati a ciascun Responsabile di Area;
- b) eccezionalmente nel corso dell'anno per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento. A tal fine la Giunta comunale indica l'entità delle esigenze, le finalità da perseguire e gli spazi da offrire agli sponsor.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

ART. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE O ACCORDO DI COLLABORAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione/accordo di collaborazione;
- b) la completa descrizione delle parti dei reciproci obblighi e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione/accordo di collaborazione;
- c) l'eventuale diritto di "esclusiva";
- d) la durata del contratto;
- e) il corrispettivo e la fatturazione;
- f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- g) le responsabilità e impegni reciproci;
- h) le possibili cause di risoluzione del contratto e le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- l) l'onere delle spese di bollo e di registrazione;
- m) la disciplina del recesso: in ogni contratto dovrà essere prevista la facoltà per l'Amministrazione comunale di recedere dal rapporto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione per iscritto alla controparte. Inoltre, nel contratto di sponsorizzazione/accordo di collaborazione deve essere prevista, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danni all'immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno;
- n) l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor/collaborante, degli elementi caratteristici dello sponsor/collaborante;
- o) valore della sponsorizzazione;
- p) spese e disposizioni contrattuali finali.

2. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile di Area competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando e nel capitolato o progetto di sponsorizzazione

ART. 7 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio e con proprio atto di indirizzo, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco lecito o scommesse;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 8 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

ART. 9 - ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

ART. 10 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono soggette a periodiche verifiche secondo quanto previsto dal Regolamento comunale per i controlli interni al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 11 - PUBBLICITÀ

1. Ogni contratto di sponsorizzazione concluso dall'Ente dovrà essere pubblicato su un'apposita sezione del proprio sito internet istituzionale.

2. La suddetta pubblicazione dovrà contenere almeno i seguenti elementi:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione/accordo di collaborazione;
- b) l'esatta denominazione dello sponsor;
- c) le modalità con le quali lo sponsor è stato scelto;
- d) la durata del contratto;

- e) il corrispettivo pattuito;
- f) il valore della sponsorizzazione.

ART. 12 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore contestualmente all'avvenuta esecutività della delibera di approvazione da parte del Consiglio comunale.